

HUBUNGAN BAURAN PEMASARAN DENGAN PEMANFAATAN PELAYANAN POLI GIGI PUSKESMAS SANROBONE KABUPATEN TAKALAR

*Relationship Marketing Mix with The Use of Dental Health Services Centers Unit District Sanrobone
Takalar*

Riana, Nurhayani, Balqis

Bagian Administrasi dan Kebijakan Kesehatan FKM Universitas Hasanuddin
(riana.syam@yahoo.co.id, nurhayani_akk@yahoo.com, balqis_mks@yahoo.com,
082292250177)

ABSTRAK

Bauran pemasaran merupakan sekumpulan alat pemasaran, Alat pemasaran tersebut terdiri dari *product, price, place, promotion, people, physical evidence*, dan *process* ini digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan bauran pemasaran dengan pemanfaatan pelayanan poli gigi Puskesmas Sanrobone Kabupaten Takalar. Jenis penelitian yang digunakan adalah survey analitik dengan rancangan *cross sectional*. Populasi adalah seluruh warga masyarakat daerah pesisir wilayah kerja Puskesmas Sanrobone yang pernah berkunjung ke pelayanan poli gigi Puskesmas Sanrobone dari Bulan Januari-Oktober Tahun 2014. Sampel penelitian ini menggunakan *exchautiv sampling* dengan besar sampel 110 orang. Analisis data yang dilakukan adalah univariat dan bivariat dengan uji *chi square*. Hasil penelitian diperoleh variabel yang berhubungan dengan pemanfaatan pelayanan poli gigi adalah produk ($p=0,002$), promosi ($p=0,004$), proses ($p=0,002$), fasilitas fisik ($p=0,021$) . Sedangkan variabel yang tidak berhubungan dengan pemanfaatan pelayanan poli gigi adalah variabel tempat/lokasi ($p=0,165$) dan orang/tenaga kesehatan ($p=0,265$). Kesimpulan dari penelitian ini bahwa ada hubungan produk, promosi, proses dan fasilitas fisik dengan pemanfaatan pelayanan poli gigi Puskesmas Sanrobone Kabupaten Takalar.

Kata kunci : Bauran pemasaran, Poli gigi, Pesisir

ABSTRACT

Marketing mix is a set tools of marketing. The marketing tool consists of product, price, place, promotion, people, physical evidence, and this process is used by the company to achieve its marketing objectives in the target market. Purpose of this study was to determine the relationship of the marketing mix with health center dental service unit Sanrobone, Takalar. Type of research is analytic survey with cross sectional study. Population is the entire working area of the coastal community health centers Sanrobone, Takalar. Population is the entire working area of the coastal community health centers that breathing Sanrobone visit Sanrobone health center dental care units from January to October 2014. The study sample using exchoutty sampling with a sample size of 110 people. The data analysis is univariate and bivariate with chi square test. The results of research by variables related to the utilization of dental services unit is the product ($p = 0.002$), promotion ($p = 0.004$), process ($p = 0.002$), physical facilities ($p = 0.021$). While the variable that is not related to the utilization of dental services unit is a variable location ($p=0,165$) and health workers ($p = 0.265$). Conclusions from this study that there is a relationship product, promotion, processes and physical facilities with health center dental service unit utilization Sanrobone, Takalar.

Keywords: marketing mix, gear units, coastal